

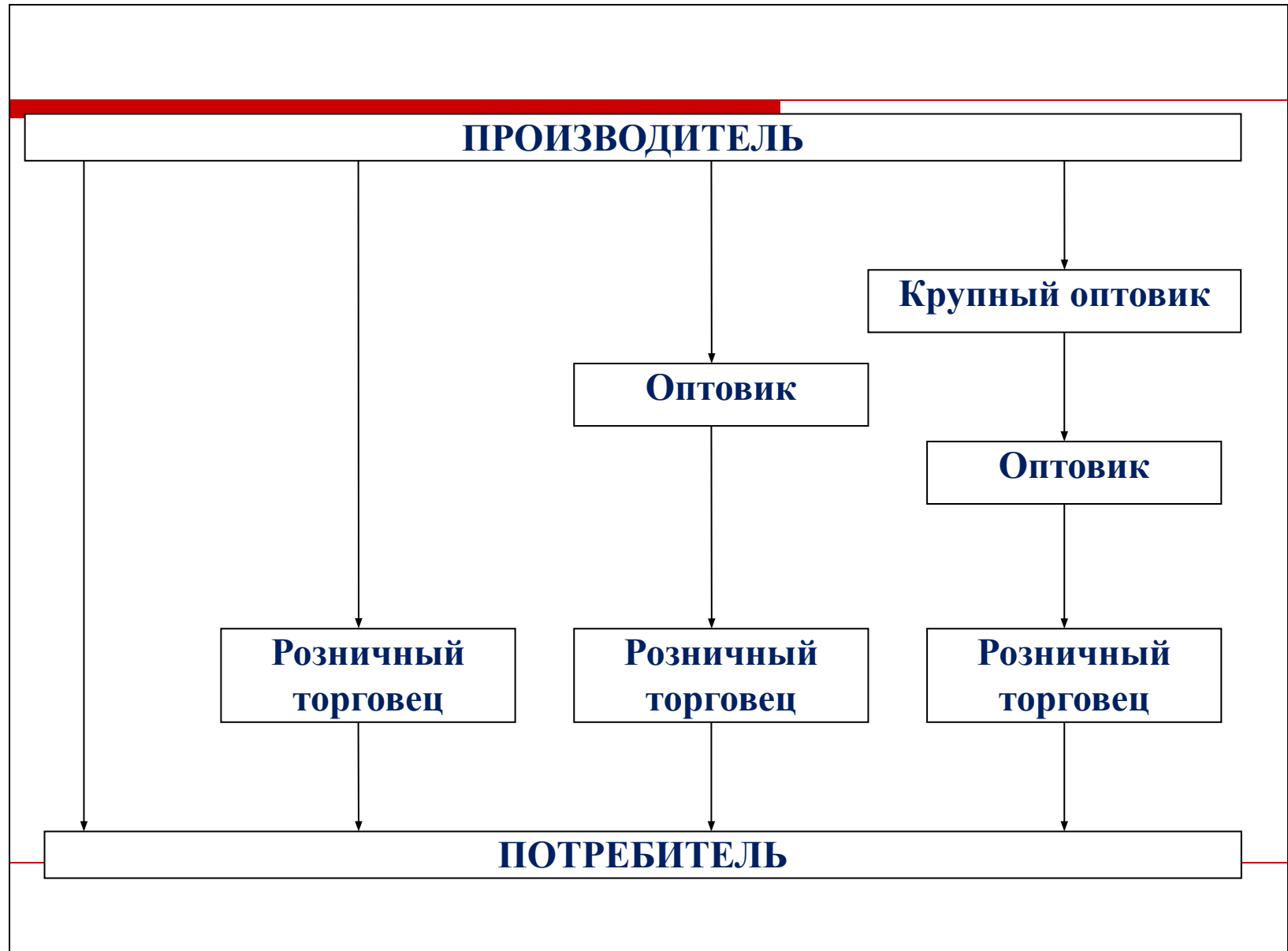
Управление распределением

1. Сущность дистрибьюции
2. Уровни каналов распределения
3. Комплекс продвижения

Система управления распределением - это комплекс планово-управленческих решений по выбору различных каналов сбыта, их сочетанию с учетом намеченных результатов бизнеса

1. Интенсивное распределение: обеспечение наличия товара в как можно большем числе торговых предприятий.
 2. Распределение на правах исключительности: предоставление ограниченному числу дилеров исключительных прав на распределение товаров фирмы в рамках их сбытовых территорий.
 3. Селективное распределение: среднее между методами интенсивного распределения и распределения на правах исключительности.
-

сбыта



Продвижение - любая форма деятельности, коммуникаций, сообщений (включая рекламные), используемых фирмой для информации, убеждения или напоминания людям о своих товарах, образах, идеях, общественной деятельности и их влияния на общество.

□ *Стимулирование потребителей:*

- премии;
- демонстрация образцов;
- качество обслуживания

□ *Маркетинговые коммуникации:*

- реклама;
- персональные продажи;
- PR

□ *Стимулирование в точках торговли:*

- поощрение персонала;
 - мерчендайзинг;
 - конкурсы, соревнования
-

Стимулирование сбыта - система мер, направленных на стимулирование покупательского спроса, ускорение процесса товародвижения и реализации товара

- **Стратегия проталкивания** предполагает деятельность производителя по управлению продвижением товаров, направленную на оптовых продавцов, деятельность оптовиков, адресованную розничным торговцам, розничных торговцев - потребителю.
 - **Стратегия вытягивания** делает ставку на привлечение конечного потребителя, который при желании приобрести товар может его требовать у розничных торговцев и оптовых продавцов, те в свою очередь - у производителя.
-